

PERANCANGAN PROMOSI PEMBIAKAN ANJING “JOGJA TOWN KENNEL” MELALUI MEDIA ONLINE



Disusun oleh :

DIONISIUS ARDHI PRIAPRATAMA

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2015

PERANCANGAN PROMOSI PEMBIAKAN ANJING “JOGJA TOWN KENNEL” MELALUI MEDIA ONLINE

KARYA SENI

**Untuk memenuhi sebagai persyaratan
Mencapai derajat Sarjana Strata 1
Program Studi Desain Komunikasi Visual**



Disusun oleh :

DIONISIUS ARDHI PRIAPRATAMA
NIM: 081 1772 024

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2015

Tugas Akhir Perancangan berjudul :

PERANCANGAN PROMOSI PEMBIAKAN ANJING “JOGJA TOWN KENNEL” MELALUI MEDIA ONLINE diajukan oleh Dionisius Ardhi P., NIM 0811772024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan didepan Tim Penguji Tugas Akhir dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Dan disetujui di Yogyakarta,



Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. Suastiwi, M.Des.
NIP. 19590802 198803 2 002

Drs. Baskoro S.B., M.Sn.
NIP. 19650522 199203 1 003

PERSEMBAHAN



*Tugas Akhir saya persembahkan
untuk saya sendiri dan kedua Orangtua saya yang rajin menanyakan
kelangsungan kuliah saya serta semua pihak yang menginginkannya.*



*People say that mistake is the first step in success, but the real fact is that
correction to mistake is the first step in success.
(kata saya)*

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah menolong penulis menyelesaikan tugas akhir dengan penuh kemudahan. Tanpa pertolonganNya mungkin penyusun tidak akan sanggup menyelesaikan dengan baik. Selain itu terimakasih banyak kepada diri saya sendiri karena mau mengerjakan tugas akhir ini.

Tugas akhir ini dibuat untuk memenuhi persyaratan akademis meraih gelar sarjana (S1) untuk program studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Tugas akhir ini adalah merupakan pertanggung jawaban dan bukti serta hasil dari seluruh mata kuliah yang telah ditempuh selama mengenyam pendidikan di program studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta sejak tahun 2008 sampai dengan 2015.

Tugas akhir ini juga merupakan salah satu pemenuhan tugas perkuliahan untuk mencapai gelar kesarjanaan dalam program studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa Intitut Seni Indonesia Yogyakarta.

Mohon maaf yang sebesar-besarnya jika ada kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat dijadikan salah satu sumber penggalian ide kreatif untuk perancangan Tugas Akhir selanjutnya dan memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Yogyakarta, 22 Juni 2015

Dionisius Ardhi P.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, penulis tidak dapat mengabaikan jasa semua pihak yang telah membantu. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan jalan, sehingga Tugas Akhir saya dapat terselesaikan.
2. Bapak Dr. M. Agus Burhan, M.Hum., selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Dr. Suastiwi, M.Des., selaku Dekan FSR ISI Yogyakarta.
4. Bapak Drs. Baskoro S.B., S.Sn, M.Sn., selaku ketua jurusan Desain.
5. Bapak Drs. Hartono Kanadi, M.Sn., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta, sekaligus sebagai Dosen Wali.
6. Bapak Drs. Wibowo, M.Sn., selaku Dosen Pembimbing pertama Tugas Akhir saya, yang telah banyak memberikan bimbingan dan saran-saran dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
7. Ibu Novi Mayasari., SH., LL. M, selaku Dosen Pembimbing kedua yang juga telah memberikan bimbingan dan arahnya dalam pengerjaan Tugas Akhir saya.
8. Kedua orangtua saya Bapak Sugeng dan Ibu Suryaningsih yang selalu mendoakan, mendorong, memotivasi, mendukung penuh, apapun yang saya pilih, apapun yang saya inginkan, terimakasih sebesar-besarnya.
9. Segenap Dosen di Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta, yang telah memberikan bekal ilmu dan pengalaman selama saya menuntut ilmu di kampus ini.
10. Segenap karyawan DKV ISI Yogyakarta yang telah memberikan segala bantuan dalam memperlancar penyelesaian Tugas Akhir ini.
11. Jogja Town Kennel yang dengan senantiasa memberikan informasi.
12. Golden Shamrock Kennel yang membuat saya sibuk bermain anjing.
13. Semua orang yang telah membantu saya secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

14. Keluarga saya di rumah dan semua teman-teman angkatan 2008 tidak bisa saya sebutkan satu per-satu.
15. Semua orang yang telah membantu saya secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul :

PERANCANGAN PROMOSI PEMBIAKAN ANJING “JOGJA TOWN KENNEL” MELALUI MEDIA ONLINE

yang dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Seni pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau Tugas Akhir yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta maupun di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 22 Juni 2015

Dionisius Ardhi P.

ABSTRAK
**PERANCANGAN PROMOSI PEMBIAKAN ANJING “JOGJA TOWN
KENNEL” MELALUI MEDIA ONLINE**

Oleh : Dionisius Ardhi P.

Saat ini banyak orang yang memilih anjing sebagai hewan peliharaan, mereka tertarik memelihara anjing karena dianggap hewan yang paling setia. Salah satu jenis anjing yang populer dan banyak dipelihara baik di dunia maupun Indonesia saat ini adalah jenis Golden Retriever. Kepopuleran Golden Retriever ini disebabkan karena sifatnya yang bersahabat dan penampilannya yang menarik serta Golden Retriever memiliki kecerdasan yang cukup tinggi. Kepopuleran anjing ini juga nampak jelas dengan semakin banyaknya kontes untuk anjing jenis Golden Retriever.

Semakin populernya anjing Golden Retriever menyebabkan peminatnya pun bertambah banyak dan memunculkan *kennel* atau peternakan anjing yang membiakkan anjing jenis ini. Salah satu peternakan anjing Golden Retriever yang ada di Yogyakarta saat ini adalah Jogja Town Kennel. Jogja Town Kennel didirikan atas kecintaan pemiliknya yakni Liza Virgi dan Rizky Adhi terhadap anjing ras Golden Retriever.

Untuk mengenalkan/ mempromosikan Jogja Town Kennel perlu adanya sebuah perancangan media promosi yang efektif dan efisien. Media yang digunakan dalam hal ini adalah media *online*. Perancangan media promosi ini akan dirancang dengan berbagai konsep yang kreatif dan menarik sehingga pesan dan informasi yang ingin disampaikan dapat berjalan dengan sukses.

Kata Kunci : Perancangan Promosi, Perancangan, Promosi, Media *Online*, Jogja Town Kennel, Golden Retriever

ABSTRACT
PROMOTION DESIGN OF “JOGJA TOWN KENNEL” WITH ONLINE
MEDIA

By: Dionisius Ardhi P.

Today many people are choosing dog as a pet, they are interested in getting dog because dog is the most loyal animals. One type of most popular dog in world and Indonesia is Golden Retriever. Golden Retriever has the popularity because friendly and have attractive appearance, and Golden Retriever has a fairly high intelligence. The popularity of this dog is also evident by the increasing number of contests for Golden Retriever dog types.

Golden Retriever's popularity makes many people want to breed this dog. One of Golden Retriever kennel in Yogyakarta is Jogja Town Kennel. Jogja Town Kennel was founded on the love of the owner Liza Virgi and Rizky Adhi against Golden Retriever.

To introduce / promote Jogja Town Kennel need an effective and efficient media campaign. In this case is the online media. The design of this media campaign will be designed with a variety of creative and interesting concept that messages and information to be conveyed to run successfully.

Key Word : Promotion Design, Promotion, Online Media, Jogja Town Kennel, Golden Retriever

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	b
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xx
 BAB 1 : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	1
C. Batasan Masalah.....	5
D. Tujuan Perancangan.....	6
E. Manfaat Perancangan.....	6
F. Metode Perancangan	7
G. Sistematika Perancangan.....	7
H. Skematika Perancangan	9
 BAB 2 : IDENTIFIKASI DAN ANALISIS	
A. Identifikasi	10
1. Tinjauan Tentang Anjing	10
a. Proses Penjinakan Anjing.....	10
b. Hubungan Manusia Dengan Anjing.....	12
c. Perkembangan Dunia Anjing	14
d. Sejarah Kontes dan Organisasi Perkumpulan Anjing	18

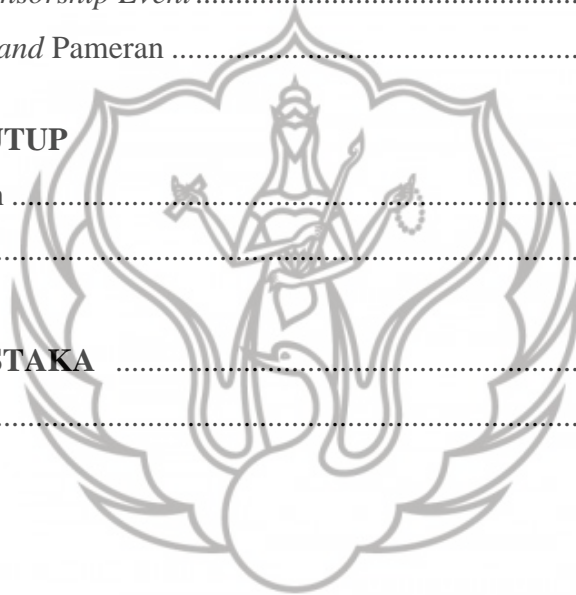
2. Golden Retriever	19
a. Sejarah Golden Retriever	19
b. Standarisasi Golden Retriever	22
3. <i>Kennel</i>	32
a. Pengertian <i>Kennel</i>	32
b. Macam-macam <i>Kennel</i>	32
4. Pembiakan/ <i>Breeding</i>	33
a. <i>Breeding</i>	33
b. <i>Breeding</i> Anjing	33
5. Jogja Town Kennel	35
6. Promosi	36
a. Pengertian Promosi	37
b. Tujuan Promosi	39
c. Perencanaan Promosi	40
7. Media <i>Online</i>	50
a. Sejarah Media <i>Online</i>	50
b. Pengertian Media <i>Online</i>	51
c. Jenis Media <i>Online</i>	52
d. Karakteristik Media <i>Online</i>	52
B. Analisis	54
1. Analisis SWOT	54
2. Analisis 5W 1H	55

BAB III : KONSEP PERANCANGAN

A. Konsep Kreatif	59
1. Tujuan Kreatif	59
2. Strategi Kreatif	60
a. Isi Pesan	60
b. Bentuk Pesan	61
c. Target Sasaran	61
d. <i>Positioning</i>	62

3. Program Kreatif	62
a. Ide Besar.....	62
b. Pemilihan Bentuk Pesan Verbal.....	63
c. Pemilihan Bentuk Visual.....	63
B. Konsep Media	69
1. Tujuan Media	69
2. Strategi Media.....	69
a. Media <i>Online</i>	70
b. Media Cetak	71
c. Menyewa Stand	75
3. Program Media.....	75
 BAB IV : VISUALISASI	
A. Logo	76
1. Data Visual.....	76
2. Penjaringan Ide	78
3. Tipografi	80
a. Studi Tipografi	80
b. Pengembangan Tipografi	80
4. Visualisasi	81
5. Sintesis	83
6. Konsep	85
B. Ilustrasi Desain.....	85
1. <i>Web</i> Sejenis.....	85
2. Sumber Gagasan	88
3. Studi Visual.....	98
4. Final Visual.....	101
C. Aplikasi Media	104
1. Media Utama.....	104
a. <i>Web Site</i>	104
b. Media Sosial.....	130

2. Media Pendukung	133
a. Tali/ Kalung Anjing	133
b. Topi	133
c. Emblem	134
d. Pin/ Stiker	134
e. Kaos	135
f. <i>Totte Bag</i> / Tas	135
g. Poster	136
h. <i>Sponsorship Event</i>	138
D. <i>Lay Out Stand</i> Pameran	139
 BAB V: PENUTUP	
A. Kesimpulan	139
B. Saran	140
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	144



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Perbedaan Tipe Golden Retriever	31
Gambar 2: Perbedaan Tipe Golden Retriever	31
Gambar 3: Perbedaan Huruf Serif dan Sanserif	66
Gambar 4: Contoh Acuan <i>Lay Out</i>	67
Gambar 5: Contoh Acuan <i>Lay Out</i>	68
Gambar 6: Contoh Acuan <i>Lay Out</i>	68
Gambar 7: Foto Golden Retriever Berlari.....	76
Gambar 8: Foto Golden Retriever Berdiri	76
Gambar 9: Foto Golden Retriever Berdiri	76
Gambar 10: Foto Golden Retriever Berlari.....	76
Gambar 11: Alat <i>Agility Hoop/ Ban</i>	77
Gambar 12: Anjing Melewati Ban	77
Gambar 13: Alat <i>Agility Ban</i>	77
Gambar 14: Logo Lama Jogja Town Kennel	77
Gambar 15: Sket Kasar Alat <i>Agility Ban</i>	78
Gambar 16: Sket Kasar Huruf “J”	78
Gambar 17: Sket Huruf “J”	79
Gambar 18: Sket Anjing.....	79
Gambar 19: Pengembangan Tipografi	80
Gambar 20: Sket Halus Anjing	81
Gambar 21: Sintesis Huruf “J”	81
Gambar 22: Sintesis Huruf “J”	82
Gambar 23: Huruf “J” Terpilih	82
Gambar 24: Sintesis Logo	83
Gambar 25: Logo Terpilih	84
Gambar 26: Logo Final	84
Gambar 27: Web Sejenis 1.....	85
Gambar 28: Web Sejenis 2.....	86
Gambar 29: Web Sejenis 3.....	86
Gambar 30: Web Sejenis 4.....	87
Gambar 31: Web Sejenis 5.....	87

Gambar 32: Web Sejenis 6.....	88
Gambar 33: Jambore Perkin 2013.....	88
Gambar 34: Jogja Agility	89
Gambar 35: Golden Retriever <i>Puppies</i>	89
Gambar 36: Golden Retriever Gathering “Sprint and Retrieve”	90
Gambar 37: Golden Retriever Gathering “Jump and Hunt”	90
Gambar 38: Golden Retriever Gathering “Sprint and Retrieve”	91
Gambar 39: Golden Retriever Gathering “Sprint and Retrieve”	91
Gambar 40: Golden Retriever Gathering “Jump and Hunt”	92
Gambar 41: Golden Retriever Gathering “Jump and Hunt”	92
Gambar 42: Golden Retriever Gathering “Jump and Hunt”	93
Gambar 43: Jogja Town Kennel Sesi Foto 1	93
Gambar 44: Jogja Town Kennel Sesi Foto 2	94
Gambar 45: Jogja Town Kennel Sesi Foto 3	94
Gambar 46: Jogja Town Kennel Sesi Foto 4	95
Gambar 47: Jogja Town Kennel <i>Puppies</i> Sesi Foto 1	95
Gambar 48: Jogja Town Kennel <i>Puppies</i> Sesi Foto 2	96
Gambar 49: Jogja Town Kennel Sesi Foto 5	96
Gambar 50: Jogja Town Kennel <i>Puppies</i> Sesi Foto 3	97
Gambar 51: Jogja Town Kennel <i>Puppies</i> Sesi Foto 4	97
Gambar 52: Jogja Town Kennel <i>Puppies</i> Sesi Foto 5	98
Gambar 53: Studi Visual 1	98
Gambar 54: Studi Visual 2	99
Gambar 55: Studi Visual 3	99
Gambar 56: Studi Visual 4	100
Gambar 57: Studi Visual 5	100
Gambar 58: Studi Visual 6	101
Gambar 59: Final Visual 1	101
Gambar 60: Final Visual 2	102
Gambar 61: Final Visual 3	102
Gambar 62: Final Visual 4	103
Gambar 63: Final Visual 5	103

Gambar 64: Final Visual 6	104
Gambar 65: <i>Site Map Web</i>	104
Gambar 66: <i>Lay Out Web 1</i>	105
Gambar 67: <i>Lay Out Web 2</i>	105
Gambar 68: <i>Lay Out Web 3</i>	106
Gambar 69: <i>Lay Out Web 4</i>	106
Gambar 70: <i>Lay Out Web 5</i>	107
Gambar 71: <i>Lay Out Web 6</i>	107
Gambar 72: <i>Lay Out Web 7</i>	108
Gambar 73: <i>Web Home</i>	108
Gambar 74: <i>Web Profile</i>	109
Gambar 75: <i>Web Our Dogs Male</i>	110
Gambar 76: <i>Web Our Dogs Female</i>	111
Gambar 77: <i>Web Dogs For Sale Litter A 1</i>	112
Gambar 78: <i>Web Dogs For Sale Litter A 2</i>	113
Gambar 79: <i>Web Dogs For Sale Litter B 1</i>	114
Gambar 80: <i>Web Dogs For Sale Litter B 2</i>	115
Gambar 81: <i>Web Dogs For Sale Litter B 3</i>	116
Gambar 82: <i>Web Dogs For Sale Litter B 4</i>	117
Gambar 83: <i>Web Dogs For Sale Litter C 1</i>	118
Gambar 84: <i>Web Dogs For Sale Litter C 2</i>	119
Gambar 85: <i>Web Dogs For Sale Litter C 3</i>	120
Gambar 86: <i>Web Dogs For Sale Litter D 1</i>	121
Gambar 87: <i>Web Dogs For Sale Litter D 2</i>	122
Gambar 88: <i>Web Dogs For Sale Litter D 3</i>	123
Gambar 89: <i>Web News Event</i>	124
Gambar 90: <i>Web News Health and Care 1</i>	125
Gambar 91: <i>Web News Health and Care 2</i>	126
Gambar 92: <i>Web News Health and Care 3</i>	127
Gambar 93: <i>Web Breed Standard 1</i>	128
Gambar 94 : <i>Web Breed Standard 2</i>	129
Gambar 95: <i>Web Contact</i>	130

Gambar 96: <i>Mock Up</i> Facebook	130
Gambar 97: <i>Mock Up</i> Twitter	131
Gambar 98: <i>Mock Up</i> Instagram	131
Gambar 99: <i>Mock Up</i> Wordpress.....	132
Gambar 100: <i>Mock Up</i> Tumblr	132
Gambar 101: <i>Mock Up</i> Tali Anjing	133
Gambar 102: <i>Mock Up</i> Topi	133
Gambar 103: Desain Emblem	134
Gambar 104: Desain Stiker	134
Gambar 105: Desain Stiker dan Pin	134
Gambar 106: <i>Mock Up</i> Kaos	135
Gambar 107: <i>Mock Up</i> Tas	135
Gambar 108: Desain Poster Promosi	136
Gambar 109: Desain Poster Pameran/ <i>Gathering</i>	137
Gambar 110: <i>Mock Up</i> Poster <i>Sponsorship Event</i>	138
Gambar 111: <i>Lay Out</i> Pameran.....	139



7DAFTAR TABEL

Tabel 1: Perbedaan Tipe Golden Retriever	30
Tabel 2: Studi Tipografi	80



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini banyak orang yang memilih anjing sebagai hewan peliharaan di rumahnya, mereka tertarik memelihara anjing karena dianggap setia terhadap majikannya dan itu dapat dibuktikan dengan adanya pandangan di masyarakat bahwa anjing adalah sahabat manusia yang paling setia (Hastanto, 2008: 7-8). Pada awalnya anjing hanya sering digunakan sebagai hewan penjaga, baik itu penjaga rumah, gudang dan lain sebagainya. Hal tersebut dapat kita lihat dari banyaknya rumah berpagar tinggi dan besar dengan tulisan “AWAS ANJING GALAK” di depannya, namun seiring berjalannya waktu anjing tidak hanya digunakan sebagai hewan penjaga namun juga sebagai peliharaan yang dekat dengan manusia serta dapat diajak bermain-main atau dengan kata lain ditempatkan sebagai binatang kesayangan (Agung, Suara Merdeka. Selasa, 10 Juli 2007).

Semakin lama semakin banyak orang yang memelihara anjing sebagai binatang kesayangan, sehingga menyebabkan bermunculannya kompetisi-kompetisi yang melibatkan anjing atau bahkan melombakan anjing itu sendiri. Tuntutan akan anjing yang berkualitas serta semakin meningkatnya peminat anjing baik yang digunakan dalam perlombaan maupun sebagai hewan peliharaan memunculkan banyak pembiak anjing atau bahasa kerennya sering disebut *breeder*. pembiak yang muncul ini tidak hanya melakukan ternak atau pembiakan pada jenis/ ras anjing penjaga saja seperti Doberman, Rottweiler, Herder, dan lain-lain, namun juga jenis-jenis anjing keluarga seperti ras anjing Golden Retriever, Poodle, Labrador, dan lain sebagainya. *Breeder* atau pembiak sebenarnya memiliki arti orang yang melakukan pemuliaan/ pembiakan untuk menghasilkan suatu anakan atau memelihara binatang supaya menjadi banyak. Sedangkan peternakan adalah usaha atau kegiatan

mengembangbiakan dan membudidayakan hewan ternak untuk mendapatkan manfaat dan hasil dari kegiatan tersebut (kbbi.web.id, diakses pada tanggal 22 November 2013, pukul 17:48 WIB). Dengan demikian tentu saja perlakuan hewan ternaknya berbeda karena hewan yang dibiakan adalah anjing yang ditujukan untuk hewan peliharaan bukan untuk konsumsi seperti ayam, sapi, ataupun hewan ternak lainnya.

Seperti telah disebutkan sebelumnya bahwa peminat anjing semakin lama semakin banyak jumlahnya dan jenis anjing yang berkembang hingga saat ini di Indonesiapun juga semakin banyak. Salah satu jenis anjing yang populer baik di dunia maupun Indonesia saat ini adalah jenis Golden Retriever. Kepopuleran Golden Retriever ini disebabkan karena sifatnya yang bersahabat dan penampilannya yang menarik serta Golden Retriever memiliki kecerdasan yang cukup tinggi (Hastanto, 2008: 21-22). Anjing jenis ini mulai dibiakan secara khusus pertama kali di Skotlandia oleh Lord Tweethmouth dan mulai berkembang di Indonesia sejak tahun 1980an (www.akc.org, diakses pada tanggal 22 November 2013, pukul 19.12 WIB). Namun Golden Retriever mulai semakin populer di tahun 1990an tepatnya di tahun 1997 setelah munculnya film keluaran Walt Disney yang berjudul Air Bud (Natasaputra, 2004: 6-7). Kepopuleran anjing ini juga nampak jelas dengan semakin banyaknya kontestan anjing jenis Golden Retriever yang mengikuti kontes yang sering diselenggarakan di Indonesia (Natasaputra, 2004: 11-13).

Semakin populernya anjing Golden Retriever menyebabkan peminatnya pun bertambah banyak dan memunculkan *kennel* atau peternakan anjing yang membiakkan anjing jenis ini. Salah satu peternakan anjing Golden Retriever yang ada di Yogyakarta saat ini adalah Jogja Town Kennel. Jogja Town Kennel didirikan atas kecintaan pemiliknya yakni Liza Virgi dan Rizky terhadap anjing ras Golden Retriever. Pada awalnya mereka hanya menekuni sebagai hobi kemudian mulai iseng membiakkannya. Anjing yang dibiakan pertama kali pun bukan jenis Golden Retriever namun beberapa jenis anjing lain seperti Siberian Husky, Shitzu, dan lain sebagainya. Namun pada awal 2010 mereka memutuskan untuk berkonsentrasi membiakkan anjing Golden

Retriever dengan alasan kecintaannya terhadap anjing jenis ini dan suka dengan khrakteristiknya. Sejak awal 2010 itu pula mereka memutuskan untuk menjadi *breeder* yang profesional dan kemudian berdirilah Jogja Town Kennel sebagai wujud kecintaan mereka terhadap anjing Golden Retriever (wawancara dengan Rizky Adhi).

Jogja Town Kennel berlokasi di Jalan Kaliurang kilometer 10 atau tepatnya di Desa Gentan, Sinduharjo, Ngaglik, Sleman. Lokasi ini lumayan menguntungkan karena udaranya masih dingin di daerah tersebut sehingga tidak memerlukan AC di kandang. Seperti diketahui, Golden Retriever merupakan jenis anjing yang sangat bagus pertumbuhannya apabila ditempatkan di suhu dingin. Hal ini menjadi menguntungkan karena pertumbuhan baik itu pertumbuhan tulang maupun bulu dapat menjadi lebih maksimal apabila anjing Golden Retriever berada di suhu yang dingin dan itu tentu saja akan mempercantik penampilan dari anjing ini (www.anjingkita.com, diakses tanggal 20 Oktober 2013 pukul 19.00 WIB).

Sebagai *kennel* yang professional, pihak Jogja Town Kennel selalu memperhatikan keshatan maupun kualitasnya. Anakan yang dihasilkan di Jogja Town Kennel selalu diperhatikan, sehingga pembeli tidak akan kecewa dengan anakan yang telah dibelinya. Selain itu pemilik Jogja Town Kennel selalu berhubungan dengan pembeli anjingnya baik lewat telepon, acara kumpul-kumpul maupun acara-acara lainnya. Hal tersebut tentu sangat membantu pembeli anakan anjing dalam memelihara anjingnya karena dengan adanya acara berkumpul inilah para pemilik anjing bisa saling bertukar pikiran, konsultasi, dan sebagainya.

Jogja Town Kennel merupakan bentuk usaha yang masih baru dan terus berkembang hingga saat ini. Walaupun tergolong masih baru yakni baru sekitar 3 tahunan, Jogja Town Kennel telah dikenal dan eksis dalam dunia *breeding* anjing Golden Retriever hal ini dapat dibuktikan dengan anakan yang dihasilkan selalu habis terjual serta dalam komunitas pecinta anjing banyak orang yang mengetahui nama Jogja Town Kennel. Namun demikian persaingan di dunia usaha tidak terelakan. Persaingan pasar yang ada

menuntut sebuah promosi dan pemasaran yang lebih menarik, estetik, serta efektif. Mengacu pada pendapat Swastha dan Zimmer tentang pengertian promosi, (Rangkuti, 2009:50) menyimpulkan bahwa “Promosi adalah berbagai kegiatan penjualan dan pemasaran dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa, dan ide dari perusahaan dengan cara mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan”. Promosi berguna untuk meningkatkan penjualan dalam jangka waktu tertentu dan pengenalan produk baru kepada masyarakat (Kasali, 1992 : 46-48). Promosi ini bisa dilakukan dalam bentuk iklan, promosi penjualan, ataupun promosi yang bersifat kehumasan misalnya jurnal atau *advertorial* pada surat kabar.

Pendapat tersebut secara tidak langsung menunjukkan bahwa Jogja Town Kennel memerlukan sebuah promosi yang lebih menarik dan estetik guna memenuhi persaingan pasar yang ada. Promosi dilakukan untuk meningkatkan daya saing. Persaingan yang dihadapi saat ini tidak hanya persaingan dengan *kennel* anjing yang serupa yang dimaksudkan jenis anjing Golden Retriever namun juga dengan peternakan anjing jenis/ ras lainnya. Tingginya permintaan akan anjing ras ini juga memunculkan *breeder* baru yang mampu bersaing di sektor harga. Memang kualitas yang dimiliki Jogja Town Kennel berada diatas mereka, namun tentu persaingan ini tidak dapat dipandang sebelah mata karena lambat laun para *breeder* baru ini juga akan meningkatkan kualitasnya.

Selama ini promosi yang dilakukan oleh Jogja Town Kennel lebih mengandalkan dari mulut ke mulut melalui acara kumpul-kumpul para pecinta anjing. Selain itu promosi juga dilakukan melalui beberapa media jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, Wordpress, Instagram, dsb namun demikian tampilan dari berbagai media tersebut masih harus terus diolah agar lebih menarik dan dapat menunjukkan keunggulan dari Jogja Town Kennel itu sendiri. Saat ini Jogja Town Kennel masih belum memiliki *website* tersendiri yang dapat digunakan untuk membantu mempromosikan keunggulan dan produk dari Jogja Town Kennel. Promosi yang telah dilakukan saat ini masih

dianggap kurang di masa sekarang karena kurang mampu memberikan sumbangsih yang besar guna mempromosikan Jogja Town Kennel terutama untuk skala nasional.

Perancangan promosi ini ditujukan untuk skala nasional karena dirasa cukup sesuai dengan permasalahan yang ada baik untuk sharing ataupun memasarkan hasil pemuliabiakan atau anakan anjing dari Jogja Town Kennel. Perancangan ini diutamakan menggunakan media yang mampu mencakup wilayah seluruh Indonesia dan media utama yang cocok adalah *website* dan didukung dengan media-media *online* lainnya terutama media sosial yang berguna untuk mempromosikan *web* tersebut. Promosi melalui media online ini dirasa cocok karena menurut pendapat M. Suyanto (2005: 20-21) media online disini juga mencakup internet merupakan jenis multimedia yang interaktif dan dapat memberikan informasi secara luas serta mencakup area yang luas pula. Hal itu sesuai dengan tujuan awal menciptakan sebuah bentuk promosi yang menarik, efektif, dan estetik yang mampu mencakup wilayah secara nasional.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang sebuah promosi yang efektif, menarik, dan estetik untuk mempromosikan usaha Jogja Town Kennel?

C. Batasan Masalah

Masalah yang akan dibahas adalah tentang perancangan media promosi untuk Jogja Town Kennel. Media perancangan yang diutamakan adalah media yang dapat mencakup wilayah nasional dan target dari perancangan ini berskala nasional untuk wilayah Indonesia saja. Media yang digunakan dalam perancangan kali ini adalah media *online* atau internet mencakup *web*, *blog*, Facebook, Twitter, dan media pendukung lainnya.

D. Tujuan Perancangan

Merancang promosi untuk Jogja Town Kennel yang estetik, menarik, dan efektif agar Jogja Town Kennel lebih dikenal oleh khalayak umum sehingga dapat meningkatkan pemasaran dari produk maupun jasa dari Jogja Town Kennel.

E. Manfaat Perancangan

1. Manfaat Bagi Perancang

Melatih perancang untuk terus berkreaitivitas dan mengembangkan kemampuannya dalam bidang desain komunikasi visual terutama untuk promosi suatu perusahaan.

2. Manfaat Bagi Jogja Town Kennel

Dengan adanya perancangan ini Jogja Town Kennel dapat menggunakannya sebagai alternatif promosi agar lebih dikenal oleh masyarakat luas dan memperluas pemasaran dari produk dan jasa yang dihasilkannya.

3. Manfaat Bagi Dunia Pendidikan

Mampu memberikan sumbangan yang berarti bagi kemajuan desain visual dengan menjadikan perancangan media promosi ini sebagai referensi bagi penulisan kajian maupun perancangan lainnya. Selain itu diharapkan dari perancangan ini mampu memberikan wawasan pengetahuan kepada mahasiswa akan perancangan komunikasi visual, sehingga nantinya dapat meningkatkan kreatifitas mahasiswa.

4. Manfaat Bagi Masyarakat

Memberikan masyarakat umum alternatif tempat untuk membeli anjing Golden Retriever berkualitas di Yogyakarta pada khususnya dan Indonesia pada umumnya.

F. Metode Perancangan

1. Metode Pengumpulan Data

a. Studi Pustaka

Studi pustaka yakni menggunakan buku, *web*, makalah, dan lain-lain yang berkaitan dengan perancangan tersebut.

b. Penelitian Lapangan

1) Observasi

Observasi ialah mencari data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung di tempat obyek perancangan.

2) Wawancara

Wawancara dilakukan pada pemilik maupun pegawai dari Jogja Town Kennel.

2. Instrumen Perancangan

Instrumen perancangan yang digunakan adalah kamera, pensil, kertas, dan lain-lain.

3. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang dilakukan adalah metode analisis SWOT. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis.

G. Sistematika Perancangan

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Rumusan Masalah
- C. Batasan Masalah
- D. Tujuan Perancangan
- E. Manfaat Perancangan
- F. Metode Penelitian
- G. Sistematika Perancangan
- H. Skematika Perancangan

BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS

A. Identifikasi

Identifikasi produk atau jasa yang akan dipromosikan. Dalam hal ini adalah Jogja Town Kennel. Dalam identifikasi akan dijabarkan keterangan-keterangan yang berguna dalam perancangan ini.

B. Analisis

Menganalisa gaya desain dan layout yang cocok untuk mempromosikan usaha Jogja Town Kennel.

C. Sintesis

Pemaparan pendapat kesimpulan sementara dari hasil identifikasi dan analisis.

BAB III KONSEP PERANCANGAN

- A. Tujuan Perancangan
- B. Strategi Kreatif
- C. Program Kreatif
- D. Budget Kreatif

E. Rencana Aplikasi Perancangan

BAB IV VISUALISASI

- A. Tahap Data Visual
- B. Tahap Karakter dan *Layout*
- C. Tahap Penyelesaian Desain

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

